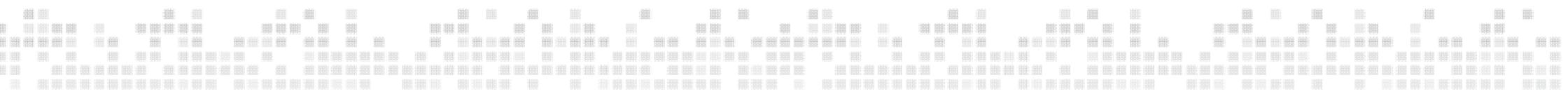


〈2017 한국금융학회 동계 정책 심포지움〉

금융시장과 정부의 가격 개입

나이스정보통신 홍우선



국내 신용카드 시장 : 양면시장 & 금융 Infra

■ 양면시장으로서의 신용카드 시장

❖ 가격구조의 비중립성

現 신용카드 시장은 수익자 부담 원칙 위배
(가맹점수수료에 회원 혜택이 포함되어 부과)

회원

- 금융혜택 포함 다양한 부가서비스 향유 (포인트, 할인 등)
- But, 이용 수수료 부담 ↓

가맹점

- 양면시장 특성인 교차 네트워크 효과 제한적 (가격 차별 금지 등)
- But, 가맹점수수료 부담 ↑

❖ 일률적·경직된 수수료 체계 →

수익자 부담 원칙에 기초한 수수료 체계

■ 금융 Infra로서의 신용카드 시장

❖ 시장 실패 시 경제적 파급효과 막강

▪ 2003년 카드 사태

카드시장 붕괴, 저신용자 연체 급등

▪ 2014년 개인정보 유출 사태

사상 최대 고객 정보 유출, 보안 통제 강화

❖ 시장 실패 시 사회·경제적 파급력 감안

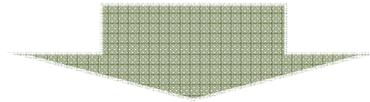
신중한 정책 시행 필요

❖ 정부 주도 신용카드 사용 활성화 정책으로

보편적인 결제수단화

I. 정부 개입의 필요성

- Q1. 신용카드 시장에 정부의 직접적인 가격 개입이 필요할 정도로 가격기구 오작동의 요인이 존재하는가?



❖ 과점시장적 특징

⇒ 의무수납제, 가격차별금지로 인해 카드사의 과점구조로 인한 묵시적 담합 가능성 상존.

❖ 협상력의 불균형

⇒ 가맹점 Side : 대형 가맹점 vs. 중소·영세 가맹점 간 협상력의 현격한 차이.

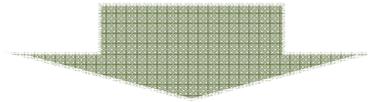
⇒ 동일 서비스에 대해, 가맹점 규모에 따른 가격 왜곡, 가격 편차 발생가능성 높음.

❖ 시장논리(박리다매 & Risk-Return) vs. 사회정의(약자 보호) 불일치 발생

⇒ 정부 개입이 없으면 형평성의 문제 발생으로 사회적 갈등 야기 등 부작용 개연성 높음.

Ⅱ. 정부 개입·통제 방식의 적정성

- Q2. 그러한 요인이 존재 한다면 정부 개입에 의한 가격에 대한 직접적인 통제가 최선의 방법인가?



- ❖ 금융시장, 특히 신용카드 시장은 수량 규제의 어려움, 의무수납제 등 제도적인 이슈 및 가맹점 간의 협상력 차이로 인해 정부의 가격 규제 필요성이 상대적으로 높은 시장임.
- ❖ 이에, 이론적으로 사회후생 손실을 없애 효율성이 확보된다는 전제 하에 당사자간의 합의에 의한 가격 조정 방식이 최선일 수 있으나, 시장 실패 가능성이 높은 現 상황 하에서는 정부 개입에 의한 직접 통제 방식이 차선책이 될 수 있음.
- ❖ 다만, 대형 가맹점 시장과 중소영세 가맹점 시장은 그 특성이 완전히 다른 시장일 수 있으며, 시장 특성에 적합한 정교화된 정책이 시행되어야 정부실패와 부작용 최소화 가능.

Ⅲ. 정부 가격 정책의 효과성

- Q3. 정부의 가격에 대한 개입이 의도한 결과를 결과할 것인가?
의도하지 않은 부작용이 발생할 가능성은 없는가?

❖ 정책의 효과성 판단 기준은 아래 세가지임.

1

가격구조는 객관적이고 공정하였는가?

2

목적한 결과를 달성했는가?

3

시장 참여자 일방에게 과도한 희생을 요구하지 않았는가?

Ⅲ. 정부 가격 정책의 효과성

1

가격구조는 객관적이고 공정하였는가?

- 신용카드 가맹점 수수료율 산정 방식 (적격비용 + 마진)

구분		가맹점별 차이	결정 주체
기본수수료	거래금액당 비용	자금조달비용	적격비용 산출에 의한 정부 통제
		위험관리비용	
		일반 관리비	
		가맹점 공통 마케팅비용	
거래건당 비용	거래승인/매입정산 등 비용	가맹점별 차이	
특정가맹점 마케팅 비용	무이자 할부 서비스		특정 가맹점 지정
	할인 서비스		
카드사 마진		가맹점별 차이	카드사 자율

- ❖ 카드업계의 참여를 통해 가맹점 수수료율에 반영할 주요 비용 항목을 추출하고, 각 항목 별 원가 동인을 반영하여 적격비용을 3년 주기로 산정하는 구조
- ❖ 다만, 과도한 비용지출 유인 상존함에 따라 적격비용 산정 방식을 지속적으로 개선하여 정교화·합리화 하는 것이 바람직.

Ⅲ. 정부 가격 정책의 효과성

2

목적한 결과를 달성했는가?

가맹점별 신용카드 수수료 기준

구분	연 매출액	가맹점 수수료율 상한 신용 / 체크	대상 가맹점 수
영세 가맹점	3억원 이하	0.8% / 0.5%	197.8만
중소 가맹점	3억원 초과 ~ 5억원 이하	1.3% / 1.0%	20.1만
대형 가맹점	5억원 초과	2.5% / 1.5%+계좌이체수수료율	31.0만

❖ 가맹점 규모에 따른 수수료율 차등 적용으로, 신용카드 서비스의 공공성 확보라는 정책적 목표 달성

✓ 영세·중소 가맹점의 경우, 우대 수수료율 적용을 통해 가맹점주 수수료 부담을 크게 경감

✓ 대형 가맹점의 경우, 적격비용 이상의 수수료 부과 의무화를 통해 영세·중소 대비 높은 수수료를 부과, 이를 재원으로 영세·중소 가맹점 지원 기반 마련

❖ 국내 카드 사용량 증가로 민간 소비 지출 증대 및 경제 활성화에 기여 ('16년 카드사용율 70.7%)

Ⅲ. 정부 가격 정책의 효과성

3

시장참여자 일방에게 과도한 희생을 요구하지 않았는가?

- ❖ 대한민국 신용카드 산업은 그 태동에서부터 사회적 효익과 정책적 목표 달성을 위한 강력한 개입을 전제하고 있었음. (Ex. 여신전문금융업법상 “의무수납제”, “가격차별금지제”)
- ❖ 정책적 개입과 통제가 불가피한 시장이며 현재까지는 정책 순기능적 효과가 높았음. 다만, 최근 급격한 수수료 인하 및 우대 수수료를 적용 받는 영세·중소 가맹점 비중 증대 (88% 수준)로 신용카드업 생태계 내 정책 부작용 (시장 참여자들 간 갈등, 산업 몰락 등) 이 발생하기 시작
- ❖ 이에, “신용카드사, 가맹점, 소비자”라는 3 당사자를 넘어서, 신용카드업 관련 생태계 전반의 시장 참여자(Ex. VAN대리점, VAN사업자, POS/CAT 단말기 제조사, SW 제조사 등)까지 고려한 정책 수립 및 조정 기능 필요

IV. 제언

1

가맹점 수수료율 (Merchant Discount Rate) 관련 인식 전환 필요

- ❖ 가맹점 수수료율은 “Merchant Discount Rate”로, 카드사가 가맹점에 신용카드 매출채권 할인을 통해 자금을 先 지급해주고 관련 Risk를 대신 부담하는 카드 본연의 기능에서 비롯된 것임에도, 최근 카드업계의 마케팅 비용 과다 사용 측면 등이 부각되며 카드 본질적인 기능이 간과되고 있음.
- ❖ 우대 수수료 등 정책 수립 시 카드업이 제공하는 본연의 기능을 다할수 있도록 충분한 고려가 필요

2

가맹점 수수료 구조의 다양화 용인

- ❖ 가맹점에 대한 단일 수수료 체계를 탈피하여, 해외 선진국의 수수료 체계를 참고로 하여 다양한 부가 서비스 (거래처 및 고객 관리, 각종 증명서 발급, 신규 결제 서비스 개발비 등)에 대한 별도 수수료 체계 허용 (수익자 부담 원칙)

3

시장개입 정책의 정교한 설계 및 관련 생태계 구성원 전반에 대한 고려 필요

- ❖ 가맹점 수수료율 적격비용·우대가맹점 기준 등 정책 수립 과정에서, 시장 전체에 다방면으로 미치는 중장기적 영향을 파악하기 위해 시장 정보의 폭넓은 수집 및 분석 필요
- ❖ 3 당사자에 국한하지 않은, 다양한 시장참여자 각각의 역할을 충분히 고려한 지급결제 시스템의 중장기적 발전 계획 제시 필요